

Esprit critique, 17 mars 2008

## **PROPAGANDA**

### ***Comment manipuler l'opinion en démocratie***

Edward BERNAYS, préface de Normand BAILLARGEON, Zones (Éditions La Découverte), Paris, [1928] octobre 2007, 144 p., 12 €.  
ISBN : 978-2-35522-001-2

Par François BUSIER

---

Vous allez me dire (d'ici, je vous entends déjà venir) : mais quel est l'intérêt de rééditer un livre paru en 1928 ? Je vous réponds, dans un premier temps, que c'est parce que nous sommes en 2008.

D'ailleurs, il ne s'agit pas d'une simple réédition, si l'on en considère la préface. En la matière, il en est souvent de doucereuses ou de policées, voire parfois de serviles. Vous savez, de celles qui vous déroulent le tapis rouge avant l'exhibition des fastes du palais. Ici, il n'en est rien. Normand Baillargeon, auteur et enseignant canadien à l'université du Québec à Montréal, remet le texte de Bernays dans sa perspective historique et, surtout, en produit une analyse intelligente, une sorte d'œuvre de salut public à l'attention des sourds et des mal-comprenants victimes du système médiatique.

Cette préface, donc, encadre — *recadre* serait un terme encore plus approprié — la prose de Bernays, et la qualité des saveurs du discours critique qui s'y développe fait, qu'*in fine*, *Propaganda / Comment manipuler l'opinion en démocratie* se lit comme une suite en deux temps, aussi essentiels (et lumineux) l'un que l'autre, alors que près de quatre-vingts ans séparent les deux textes.

Premier mouvement.

Tout de go, Baillargeon nous brosse le portrait de Bernays : un personnage dont l'influence de la pensée demeure incontournable si l'on veut comprendre les profondes transformations qui ont façonnées le XX<sup>e</sup> siècle (excusez du peu !), mais aussi père fondateur de l'industrie des relations publiques (excusez, à nouveau). Sachant opportunément faire valoir sa qualité de neveu de Tonton Sigmund <sup>1</sup>, « Bernays aimait se concevoir comme un psychanalyste des corporations en détresse » <sup>2</sup>. Autre tendance, son pragmatisme n'a d'égal que son désir de se vouloir aussi théoricien des relations publiques (entendez, par là, manipulation de l'information, des médias et de l'opinion, ce que les Américains nomment *spin*).

Ce qui caractérise Edward Bernays, c'est sa parfaite compréhension des limites de la « réclame » issue du siècle précédent, et son intuition de la nécessité de s'appuyer sur les apports tant théoriques que techniques des sciences sociales, alors en plein essor, afin d'être à la hauteur de ses ambitions, c'est-à-dire devenir l'un des conseillers en relations

publiques les plus courtisés des États-Unis. La qualité de sa clientèle et son insolente réussite professionnelle montrent à quel point il a su atteindre cet objectif ambitieux.

Normand Baillargeon synthétise parfaitement la philosophie fondatrice sur laquelle repose l'édifice Bernays. Il s'agit, ni plus ni moins, que de considérer que le peuple s'avère incapable de jugements pertinents et que, seuls, quelques « chefs » éclairés sont à même de pouvoir gérer correctement les affaires du monde, à travers ce que Monsieur Edward nomme « le gouvernement invisible ». « Le public, au fond, constitue pour la gouvernance de la société un obstacle à contourner et une menace à écarter »<sup>3</sup>. Tout un programme... Il est cependant bon de noter que cette approche trouvait un écho plus que large auprès d'une bonne partie de l'intelligentsia américaine de l'époque, effrayée par l'élévation culturelle du monde ouvrier — due au développement des techniques de diffusion de l'information et des moyens de transport —, et donc par la force que pourrait représenter cette « masse » ouverte aux idées nouvelles.

Selon l'auteur de la préface, la conception de Bernays sur les relations publiques « aussi bien sur le plan épistémologique que sur les plans éthique ou politique, (est) l'exacte antithèse de ce qu'exige une démocratie ». Vous voilà prévenu : l'entreprise, qu'elle soit d'ordre économique ou politique, doit obligatoirement, pour assurer sa mission de recherche de profit, agir sans le peuple.

Deuxième mouvement.

« La manipulation consciente, intelligente, des opinions et des habitudes organisées des masses joue un rôle important dans une société démocratique. Ceux qui manipulent ce mécanisme social imperceptible forment un gouvernement invisible qui dirige véritablement le pays »<sup>4</sup> : sous le titre « Organiser le chaos », voici le premier paragraphe de son livre. Les choses sont on ne peut plus claires. Plus loin, il écrit : « La propagande est l'organe exécutif du gouvernement invisible »<sup>5</sup>. La démonstration que tente Bernays — et qu'il veut scientifique — tout au long de son texte exploite l'idée d'une domination nécessaire pour la bonne marche du monde (des affaires, sous entendu). En fidèle pragmatique, il constate les limites du peuple à décider, sans jamais poser la question de son éducation, si ce n'est pour modeler les cerveaux malléables et peu structurés, et déclare inévitable, pour toute personnalité politique ou pour toute entreprise, l'obligation de l'assentiment des masses, avec toute la charge péjorative que peut véhiculer ce terme.

Dès lors, nous comprenons que la stratégie de Bernays vise à « contrôler les masses et les mobiliser à volonté sans qu'elles s'en rendent compte »<sup>6</sup>. Il prétend, pourtant, que la propagande a également pour objectif de réduire l'écart entre classes laborieuses et classes intellectuelles<sup>7</sup> ! Cherchez l'erreur...

Pour lui, la propagande concerne tous les secteurs de la vie d'un pays : l'économie, bien sûr, mais aussi, et ainsi que l'annoncent les différents têtes de chapitre : l'autorité politique, les activités féminines, l'éducation, les œuvres sociales, sans oublier l'art et la science. On cherche encore ce qui pourrait échapper à cet immense appétit.

Autant vous le dire tout de suite, et loin des prétentions de son auteur, ce livre n'est pas un outil théorique passé sous les fourches caudines de la démonstration scientifique ; il se

révèle plus comme une tentative de justifier et rendre honorables — donc, crédibles — des pratiques professionnelles humainement et socialement contestables, en direction d'une clientèle potentielle avide de bonne conscience (et surtout d'efficacité). La rigueur des modes d'analyse le cède à la force de la conviction.

L'un des intérêts de ce texte repose sur la présentation de nombreux exemples d'actions réalisées par notre cher conseiller, pour illustrer à la fois la nécessité de son intervention, le bien-fondé de sa démarche, l'efficacité de sa réflexion comme l'importance et l'évidence de ses résultats. Et le tableau de chasse ne tiendra pas dans le petit salon ! Poussez les meubles : Bernays peut s'enorgueillir d'avoir réussi, par exemple, à amener les femmes américaines à fumer 8, à faire mettre en place, avec la CIA, le général Castillo Armas au Guatemala en 1954, à retourner, par l'intermédiaire de la Commission Creel, l'opinion publique américaine en 1917 en vue de lui faire accepter l'entrée en guerre des États-Unis. N'oublions pas, ce serait grand dommage, de signaler que certains de ses ouvrages tenaient une place de choix sur les rayons de la bibliothèque de Goebbels. Jamais Bernays n'est revenu, dans ses écrits, sur le fait que son modèle de pensée puisse engendrer des situations inhumaines, et certaines parmi les plus effroyables...

Il nous faut, cependant, le reconnaître, Bernays reste le premier à formaliser de manière aussi cohérente ce qui va persister comme un modèle de référence, et pas seulement pour les professionnels de la profession. Ce modèle, aujourd'hui bien éprouvé, continue de sévir — mais peut-être moins encore que son « fondement » philosophique antidémocratique si nous nous référons aux chiffres record des profits multinationaux —, et seuls les outils se sont affiné, perfectionné et démultiplié, pour investir et pénétrer plus avant les sphères intimes de notre individualité.

Énième mouvement.

Vous le constaterez aussi : Edward Bernays ne s'embarrasse de rien pour faire avaler la couleuvre de la propagande, surtout à ceux qui vont devoir en supporter les conséquences. Son univers ressemble à un *Barbie world*, où quelques uns tirent les fils d'une masse de poupées uniformes et sans âme, un pur paradis sans l'enfer de la conscience sociale, cette ultime terreur des élites...

Pour qualifier cette posture et en montrer l'intentionnalité, Normand Baillargeon parle de *projet politique*, en expliquant que les masses ne doivent pouvoir choisir ceux qui vont les gouverner que dans les « classes spécialisées » : « Pour que la masse se contente de jouer ce rôle, il sera nécessaire d'opérer ce que Lippmann décrit comme une « révolution dans la pratique de la démocratie », à savoir la manipulation de l'opinion et la « fabrication des consentements », indispensables moyens de gouvernement du peuple. « Le public doit être mis à sa place, écrit Lippmann, afin que les hommes responsables puissent vivre sans crainte d'être piétinés ou encornés par le troupeau de bêtes sauvages » 9.

Au cas où vous ne l'auriez pas encore perçu ou senti, Bernays aligne sans complexe cynisme, mépris et arrogance, malgré l'utilisation ponctuelle d'un vocabulaire destiné à assurer une vitrine respectable à son oeuvre : *sincère, honnête, immorale, déloyale, saines relations, code moral, ligne de conduite, ...*, émaillent ses propos de façon récurrente. Parallèlement à ce discours lénifiant, il n'hésite pas à employer le mot *troupeau* 10. Ce qui

n'est pas sans rappeler le célèbre « Les Français sont des veaux » d'un général en képi de notre connaissance, aux commandes de notre nation, il n'y a pas si longtemps... Faut-il un système éducatif si peu efficace — ou si peu de considération, ce qui relève d'une même pensée — pour que nous en soyons réduits, aux yeux et aux oreilles de ces prétendues élites, au beuglement pour toute forme d'expression ? Étonnez-vous, après ça, que le vilain peuple réclame la chute de quelques têtes et que, parfois, il les obtienne !

Aux heures présentes et éclatantes de la communication, le mot *propagande* ne peut plus s'écrire, désormais, sans se trouver automatiquement sous-titré par celui de *manipulation*. Aussi, pour illustrer la duplicité avec laquelle Bernays traite son affaire, il suffit de se référer à la compréhension qu'il a de ce terme. Il commence par en poser une définition neutre, acceptable par tout un chacun : « La propagande moderne désigne un effort cohérent et de longue haleine pour susciter et infléchir des événements dans l'objectif d'influencer les rapports du grand public avec une entreprise, une idée ou un groupe ». Puis, dix lignes plus bas, passons de la théorie à la pratique : « Ce qu'il faut retenir, c'est d'abord que la propagande est universelle et permanente ; ensuite, qu'au bout du compte elle revient à enrégimenter l'opinion publique, exactement comme une armée enrégimente les corps de ses soldats » 11.

En fin d'ouvrage, cela peut même porter le doux nom de *circonstances*, lorsqu'il évoque l'explosion inexplicquée d'un cuirassé américain dans la port de La Havane, ce qui justifia l'intervention des États-Unis pour libérer Cuba de la domination espagnole et, accessoirement, permit d'installer la figure de Roosevelt 12. Un Pearl Harbour avant l'heure... Là où le pragmatisme semble dissoudre toute question morale, les habitudes ont la vie dure.

*Propaganda / Comment manipuler l'opinion en démocratie* fait donc œuvre utile : ce livre permet au dernier bien-pensant de se déniaiser, de lui fournir, enfin, l'opportunité de perdre le pucelage de ses dernières illusions en matière médiatique et, plus loin, de mieux saisir les accointances des différentes sphères de décision. Il peut, désormais, épingler à son revers la citation de Noam Chomsky qui ouvre la préface : « La propagande est à la démocratie ce que la violence est à un État totalitaire ».

À propos de totalitarisme, d'ailleurs, la page 4 de couverture nous rappelle que ce ne sont pas ces régimes autoritaires qui ont produit les méthodes de propagande les plus abouties, mais bien nos chères démocraties. La question, dès lors, est de savoir si la propagande représente une étape incontournable dans la négociation démocratique, ou si elle en figure un déséquilibre, une perversion, ou, autrement dit, la marque de l'indécrottable volonté des dominants à vouloir ferrer les peuples au boulet d'un système féodal (la réponse est facile si l'on se dispense du point de vue social global). Une fois notre premier émoi passé, rappelons-nous aussi que les dictatures et les tyrans, comme leur nom l'indique, n'ont nul besoin de l'assentiment des peuples pour se faire obéir. Bien au contraire.

*Propaganda* n'est ni un scoop, ni une révélation, ni un texte exhumé d'un coffre lichtenstaniens, auquel seuls des initiés de fortune pourraient accéder en s'adonnant à la pratique rituelle d'un culte du secret à tendance mafieuse. Avec plus de réalisme et moins de naïveté, pensons plutôt que cette résurgence vient mêler ses eaux aux flots de notre quotidien. Car, ce qui interpelle profondément dans ce texte, c'est la persistance de l'actualité des propos de Bernays. Pas seulement en ce qui concerne l'application vivace de

sa réflexion et de ses méthodes propagandistes, mais surtout au regard de la similitude des contextes des deux époques, la sienne et la nôtre. *Propaganda* paraît un an avant la grande dépression de 1929, et déjà la recherche d'efficacité entraînait l'ultra-concentration des capitaux, les crises à répétition, la constitution de monopoles, les bénéfiques hypertrophiés, les scandales financiers : tout y est. Et nous savons, aussi, quelle fut la porte de sortie...

Alors, oui, nous sommes en 2008, et — quitte à froisser quelque ego, même de façon *post-mortem* — nous ne sommes toujours pas des veaux. Ce qui justifie aussi et pleinement cette réédition « commentée » du texte de Bernays, c'est que, dans cette extrême dureté des temps, et même averti de ce qui peut nous arriver, il nous faut sans cesse agir pour que l'histoire ne nous repasse pas des plats dont la faisanderie nous paraît toujours plus avancée. Aux soirs de lassitude, pourrons-nous encore nous consoler en pensant, comme Bourdieu l'affirme avec raison, que *L'opinion publique n'existe pas* ?<sup>13</sup>

Terminons simplement sur une note optimiste, en rappelant que, quoi qu'il arrive — et c'est, certainement, ce qui doit en faire le charme —, le cynisme profite et conserve : ce cher Edward passa ses dernières années comme il avait vécu son parcours professionnel, en pleine forme. Il disparut en 1995, à l'âge de 104 ans.

- 
1. Oui, il s'agit bien de celui auquel vous pensez !
  2. Cf. p. 7.
  3. Cf. p. 17.
  4. Cf. p. 31.
  5. Cf. p. 39.
  6. Cf. p. 60.
  7. Cf. p. 107.
  8. Cf. p. 15.
  9. Cf. p. 18.
  10. Cf. p. 106.
  11. Cf. p. 43.
  12. Cf. p. 140 et note 1.
  13. Pierre BOURDIEU, *L'opinion publique n'existe pas*, Les temps modernes, N°318 : 1292-1309 (repris in *Questions de sociologie*, éditions de Minuit, 1984), 18 p.
-